

このコーナーでは、連携組織の活性化に意欲的に取り組む県内の組合事例等をご紹介します！

事業の概要

補助事業名	平成27年度連携組織活性化研究会			
対象組合等	千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合			
	▼組合データ			
	理事長	武田 将次郎	住所	千葉市中央区富士見2-3-1
	設立	昭33年2月	業種	旅館業
	会員	328人		
テーマ	インバウンドの重要性～魅力的な訪日観光客のおもてなし方法～			
担当部署	千葉県中小企業団体中央会 商業連携支援部 (Tel. 043-306-3284)			
専門家	新浜翻訳経営研究所 原田 純			

研究会の内容

■年間2,000万人に近づく外国人観光客を取り込もう

【今がチャンス！インバウンドの重要性】

インバウンドは入ってくるという意味の英語ですが、「外国人の日本観光旅行」＝「訪日外国人観光客」のことを言います。

平成26年に日本を訪れた外国人観光客数は約1,300万人でしたが、平成27年は約2,000万人に達しました。国は平成32年(2020年)に2,500万人を目標としています。

平成27年の初めごろ「爆買い」という言葉が使われ初めました。旧正月を利用して訪日した中国人観光客が、大量に日用品ほかを買ってくれたので、この名称がつかまりました。入れ替わるように4月のタイの旧正月では、多くのタイ人が日本を訪れ、一過性と思われる「外国人観光客ブーム」が続いていることが証明されました。ブームの原因は円安だと言われていますが、各国の生活水準の向上により、海外旅行する余裕が生

まれたことも影響しています。

昨年の暮れから中国の引き締め政策が伝えられ、また円高の傾向があるものの、中国を中心とするアジアの旅行者がしばらく日本の観光を支えることは間違いありません。

文化の輸出であるクールジャパンの影響力は私達が想像しているよりも大きく、観光客の興味が分散してきています。したがって、日本中どこでもインバウンドのチャンスがあります。

北海道をはじめとする外国人サイクリング観光客の増加を見ると、外国人観光客はもはや有名観光地だけに興味を持っているのではないということがわかります。

初めて日本を団体旅行で訪れるとゴールデンルートと呼ばれる東京・箱根・富士山・名古屋・大阪のコースを観光しますが、リピーターになると興味が多様化します。思わぬことが観光の対象となるのですから、「まちおこし」、「村おこし」をと考えていらつしやる地域の方には「インバウンド観光」は良いチャンスとなります。どの地域でも外国人の興味の多様化に対応する糸口が必ずあるはずです。

■集客にはホームページやSNSによる情報発信を

ホームページをお持ちの商店・宿泊施設・会社が多くなってきました。もし日本語のホームページをお持ちでしたら、そこにまず英語ページを作りましょう。海外の人は予想以上にインターネットを使っています。

英語ページとまではといてころは、写真を多くして、連絡先だけをまず英語にしてください。写真が自ら説明をし、連絡先が英語であれば、興味ある方がコンタクトできるのです。これは現在ホームページが無いという会社/地域にも比較的容易に始められますので、ホームページに取り組んでください。

最近「みんなのビジネスオンライン」をはじめ比較的価格かつ専門家でなくてもホームページが容易に作れるサービスが出てきていますので、上手に使いましょう。またSNS(インターネットを利用した交流サービス)の中では、フェイスブックがインバウンド観光には使い勝手がよいです。こちらが撮った写真を和文と一言英語

を添えて公開すれば簡単に情報を発信できます。(写真に旅行者が入る場合は相手の承諾が必要で
す。)

口コミが最も影響力の強い誘客方法であると言われます。口コミは感動した顧客が発信する言葉や画像をフェイスブックやホームページで公開することから始まり
ます。口コミを起こすカギは感動であり、顧客へのおもてなしも一
要因です。情報発信し、誘客した結果来られたお客様に満足して
帰っていただくのが、口コミの元
になるというわけです。

国内外の展示会は費用がかかりますが、効果が見えやすいと言
えます。旅行業界の展示会は国内であ
っても海外の旅行代理店が参加
しています。補助金の活用や地域
としての出展などで実現したいも
のです。

■言葉と文化の壁を乗り越えて、 リピーターを増やそう

わたしたちと違い、世界には宗
教により食材が制限され、行動に
も制約がある方たちが存在しま
す。

例えば、イスラム教徒は豚が食

べられませんか、ヒンズー教の方
は牛が食べられません。ですから、
メニューごとに材料及び調理法を
説明するなどの工夫が必要です。

幸い伝統的な和食はイスラム教
徒が受け入れやすいものだと言わ
れます。レストラン、旅館はメ
ニューの品書き、説明書きを英語
にすることから始めてはいかがで
しょうか。

接客は日本語だけで通してもよ
いですが、英語、中国語、場所によ
っては韓国語ができる販売に結び
つきやすいでしょう。

役立つものとして、ここでは指
差しカードとVoiceTriaをご紹介します。

指差しカードは指を指して行う
外国語が使えない日本人が、外国
人とやり取りするための道具で
す。小売店やレストラン・食堂ほ
か接客業で特に効果を発揮しま
す。日本語と各国語を紙の上に予
め表にしておくものです。表の最
上部横方向に日本語・英語・中国
語(簡体字)・中国語(繁体字)
韓国語と書き、左横の日本語のと
ころに日本語で使う頻度の高い言
葉を下に向かつて書いていきます。
書店に行けば指差しカード用の

書籍も販売されており、またイン
ターネットで翻訳はある程度でき
ますので、コピー、切り張りなど
でどなたでも作る事が可能で
す。

VoiceTriaは独立行政法人情報
通信研究機構が開発しているス
マートフォンの無料アプリです。
話す方、聞く方の言語をそれぞれ
選択して、音声を入力すると自動
的に通訳してくれます。音声入力
であるところ、スマホでできると
ころが便利です。

■2020年の東京オリンピック の年に間に合うように、今から 準備を

東京オリンピックの年には多く
の外国人観光客が日本を訪れま
す。

リピーターの方は団体ではなく
小グループ・個人旅行として日本
国内を旅したいと思われま
す。そうした方の受け入れをどうするの
かを今から考えておくことが大切
です。

アジアの観光客が増え初めた頃
は、日本が初めての観光客がほと
んどで、ゴールデンルートが大半
でした。有名観光地を旅していた

わけです。

一方リピーターやファンが増え
ると、有名観光地だけでなくその
他の地域にもチャンスが広がりま
す。多くの場所を回り、さまざま
なことを体験することに興味が生
まれるからです。そのため千葉県
の全域にチャンスがあります。

千葉県は東京都の隣に位置し一
部オリンピックの競技も行われる
ので、一泊で日本の伝統的な民家
の生活を体験するなどの企画を作
りやすいのではないのでしょうか。

成田空港がある利点を使い、ど
のようにすれば外国人観光客が
もつと地元で宿泊しお金を落と
してくれるかを考える時なのです。

千葉県は東京に近いため東京に
泊まり、千葉には泊まってくれな
いと嘆く方もいらっしゃいますが、
興味の多様化に 대응することができ
れば、泊まる方が増えるでしょう。
それぞれがまた地域で目標を定め
てインバウンドに取り組まれるこ
とを願っております。なお、今回は、
訪日旅行の両輪である観光と
ショッピングのうち、後者に関係
する免税については取り上げませ
んでした。ご了承ください。

(原田 純)